

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ИЛИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

Рахимов Бобур Камолович

Компания ООО L`art Design, Узбекистан

Abstract. *The article analyzes the mobile applications and web resources, given their comparative characteristics.*

Введение. Почти половина всех покупок в интернет-магазинах осуществляются пользователями при помощи мобильных телефонов, смартфонов и планшетов. Большинство крупных компаний, специализирующихся на розничной торговле и электронной коммерции, уже давно используют в своей деятельности мобильные приложения.

В эпоху мобильных устройств, когда смартфоны и планшеты по своим характеристикам становятся в один ряд с ноутбуками и стационарными компьютерами, популярность мобильных приложений с каждым днем увеличивается. Именно поэтому владельцы крупных интернет-порталов (социальных сетей, интернет-магазинов и аукционов, веб-каталогов и пр.) ведут активные работы по адаптации этих ресурсов под мобильные гаджеты, а также создают собственные приложения для смартфонов и планшетов. Все это делается по единственной причине – чтобы предоставить своим клиентам возможность покупать товары и услуги практически из любой точки планеты.

Как справедливо отмечает Платонов Ю.Г., «главное преимущество мобильных приложений перед компьютерным программным обеспечением – это практичность и удобство. Ими можно пользоваться в любое время и в любом месте, находясь в общественном транспорте, в соседнем городе или другой стране и т. д. При этом качественное мобильное приложение избавляет пользователя от таких неудобств, как длительная загрузка мультимедийных элементов, документов и прочего контента»¹.

Кроме того, в список преимуществ таких программных продуктов можно включить такие:

Повышение эффективности маркетинга. Мобильные приложения позволяют предоставить клиенту полную информацию о товарах и услугах, сообщить им о скидках, специальных предложениях и акциях, способных их заинтересовать.

Обеспечение постоянного взаимодействия с потребителем. При помощи мобильного приложения вы сможете максимально быстро сообщать потенциальным клиентам о новостях своей компании, появлении новых товаров, расширении ассортимента и пр. Потребитель, несомненно, оценит такое внимание к себе, и проникнется уважением к фирме.

Адаптация под потребности клиента. Большинство современных смартфонов и планшетами поддерживают функцию геолокации, причем многие их владельцы оставляют доступ к информации о своих координатах открытым. Пользуясь этим, компания может определять местоположение своих клиентов, пользующихся ее фирменными мобильными приложениями, и предлагать им посетить ближайшие торговые пункты или другие заведения.

Пользуясь корпоративными мобильными приложениями, сотрудники организации могут всегда быть в курсе ее последних новостей, следить за ходом выполнения проектов и др. Во многих компаниях сегодня широко практикуется контроль перемещений сотрудников в их рабочее время – к примеру, транспортные организации могут отслеживать текущие координаты своих автобусов, такси и служебных автомобилей, ориентируясь на данные, полученные при помощи мобильного приложения водителя.

Таким образом, мобильные приложения позволяют сотрудникам компании взаимодействовать не только с ее клиентами, но и со своими коллегами. Несомненно, это положительно отражается на продуктивности их работы и дает возможность всегда быть в курсе последних событий, касающихся деятельности организации.

¹ Платонов Ю.Г. МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНТЕГРАЦИИ СЛАБОСВЯЗАННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ: дис. ... канд. техн. наук. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт систем информатики им. А.П. Ершова, Новосибирск, 2013.

Учитывая довольно широкое разнообразие операционных систем для мобильных устройств, перед разработчиками таких программных продуктов ставится основная задача – добиться максимальной совместимости приложения со всеми популярными видами мобильных платформ. При этом разработчики стремятся использовать максимальное количество возможностей смартфонов, планшетов и других гаджетов – функции геолокации, управления жестами, мультимедийной интеграцией, сенсорным экраном и т.д.

Используя этот огромный потенциал мобильных устройств, разработчики могут создавать приложения, которые в итоге становятся весьма эффективным инструментом маркетинга, и дают возможность делать персональные предложения конкретным потребителям в нужном месте и в заданное время.

Важно отметить, что каким бы совершенным ни было мобильное приложение, оно рано или поздно устареет, а информация и возможности, которые оно предоставляет пользователю, станут не актуальными. Именно поэтому их разработчики обращают особенное внимание на создание обновлений. Причем идеальный вариант – когда обновление выполняется автоматически, без участия владельца мобильного устройства. Это дает возможность всегда держать его в курсе последних событий компании, предлагать ему новые услуги и товары, и делать использование приложения более удобным и комфортным.

Рынок приложений для мобильных устройств представляется насыщенным только на первый взгляд, поскольку большинство этих приложений являются либо офисными (например, пакеты OpenOffice или Microsoft Office), либо мультимедийными и коммуникативными (например, Skype), в то время как пользователям мобильных устройств удобно использовать корпоративные приложения, например складские и бухгалтерские программы. В настоящее время такая возможность практически отсутствует (исключением являются некоторые корпоративные приложения, имеющие web-интерфейс), что обусловлено следующими причинами:

- корпоративные приложения предполагают использование сложного функционала клиентской части, для отображения которого необходимы большие вычислительные ресурсы, недоступные для мобильных устройств;
- доступ к данным корпоративной базы данных (БД) может потребоваться одновременно нескольким пользователям, причем одни из них могут обращаться к ней со стационарных компьютеров, другие — с удаленных мобильных устройств;
- нередко возникает необходимость продолжения работы удаленного пользователя даже при временном отсутствии доступа к Интернету;
- мобильное приложение, поддерживающее работу с удаленными пользователями, должно обеспечивать защиту данных от несанкционированного доступа, т. е. обеспечивать надежные механизмы однозначной идентификации пользователей и защиты передаваемых данных.

Таким образом, полноценная работа удаленного мобильного пользователя корпоративной информационной системы требует решения ряда дополнительных задач. В настоящее время этот слабо разработанный сегмент рынка является перспективным, поскольку любая корпоративная система с возможностью удаленной работы с мобильного устройства более конкурентоспособна.

ЛИТЕРАТУРА

1. Платонов Ю.Г. Разработка мобильных приложений для работы с корпоративными информационными системами // Проблемы информатики. — 2011. — № 3. — С. 15-32.
2. Копытов В.В., Шульгин А.О., Федоров С.А. Разработка архитектуры интеграционной среды кроссплатформенных мобильных приложений с корпоративной информационной системой // Международный научно-исследовательский журнал. - 2015. - № 7-1 (38). С. 51-54.
3. Платонов Ю.Г. Методы обеспечения интеграции слабосвязанных информационных систем: дис. канд. техн. наук. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт систем информатики им. А.П. Ершова, Новосибирск, 2013.